

中国における道産品販路拡大事業企画提案指示書

1 目的

北海道の認知度が高く14億人の市場規模がある中国市場をターゲットに、道産品の定着と食を中心とした輸出額の増加に向けて、中国輸出に取り組む道内企業の中国市場への理解を深めるとともに、中国バイヤー及び消費者に対する北海道並びに道産品のPR・商談を通じて、上海市を含む都市部での一層の販路拡大に繋げるもの。

2 実施方法

総合評価一般競争入札

3 委託期間

契約締結の日から令和6年(2024年)3月8日(金)まで

4 委託業務の概要

(1) 中国向け輸出講座の開催

中国輸出に関する知識を習得する講座の開催

(2) 展示商談会の出展

中国国内で実施される国家規模展示商談会にて北海道ブースを出展し、道産品のPRや商談の実施。

(3) テスト販売の実施

(ア) 中南地域又は西南地域の都市の小売店舗等における道産品テスト販売

中南地域又は西南地域において、1店舗以上※の小売店での道産品のテスト販売の実施

※追加提案を行う場合は、2店舗目以降の店舗については中南地域又は西南地域に限定しない。

※中南地域: 河南・湖北・湖南・広東・広西・海南(中華人民共和国地理大区による)

※西南地域: 重慶・四川・貴州・雲南・チベット(中華人民共和国地理大区による)

(イ) 上海市及び中南地域又は西南地域の飲食店等における道産品を活用したメニューのテスト販売

上海市及び中南地域又は西南地域の各地域1店舗以上※の飲食店での道産品を活用したメニュー提供によるテスト販売の実施

※追加提案を行う場合は、3店舗目以降の店舗については上海市及び中南地域又は西南地域に限定しない。

5 委託業務の内容

以下に示す事項を満たした企画提案を行うこと。なお、事業効果を高めるために、指示事項を満たした提案に加えて独自の追加提案をおこなう場合は、この限りではないが、必ず追加提案が事業目的の達成のために有効な理由を明記すること。

【①中国向け輸出講座の開催】

(1) 実施内容・回数

以下の内容を基本としながら、中国における道産品の定着のために必要な中国向け輸出に関する知識を習得する講座を5回以上開催することとし、提案書に講座概要及び想定される講師等を記載すること。

・中国市場の現状と展望

・中国輸出に関する基礎知識(規制や制度)及び日本の輸出促進施策

- ・中国国内の主要な都市ごとの物価や収入、嗜好、消費動向など、地域特性
- ・日本の中小企業による中国輸出の成功事例のケーススタディ及び当該企業との意見交換
- ・中国向けの貿易保険や知財対策、人権問題対策など中国輸出におけるリスク回避

(2) 受講者の募集

受講者を道内の商社やメーカー、団体から募集し、各回 30 社・団体以上からの参加を募ること。また後述する展示商談会やテスト販売に輸出講座の参加企業が出展できるよう、各出展企業が輸出に取り組みたい商品等を把握すること。

(3) 実施スケジュール

提案書に参加者募集から実施に至るまでのスケジュールを記載すること。

(4) 開催方法

広く道内各地からも参加できるように、オンラインでの開催方法を提案すること。

(5) アンケートの実施

講座実施毎に参加者へのアンケートを実施すること。

アンケートの内容について、都度、委託者と協議を行うこと。

【②展示商談会の出展】

(1) 展示商談会の規模

中国全土からバイヤーが参加する国家規模の展示商談会への出展を提案すること。提案書には参加を予定する展示商談会の過去の来場バイヤー数等の概要を記載すること。

(2) 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、提案書に出展企業の募集方法や候補となる企業・商品等を記載すること。

(ア) 出展企業は道内3(総合)振興局以上から合計 25社以上、道産品200品目以上を募ること。

(イ) 出展商品は農産品・農産加工品、水産品・水産加工品、加工食品(菓子等)、酒類・飲料の全ての分野が含まれるようにすること。

(ウ) 5①の輸出講座参加者へは、必ず出展の案内を行うこと。

(エ) 多くの企業が参加の機会を得られるように、複数の商流から参加する企業を募り、単独の商社のみから出展商品を集めることのないようにすること。

(オ) 北海道の実施する他事業との関連性を考慮し、必ず委託者と協議の上で、出展企業及び出展商品を確定させること。

(カ) 輸出実績のない商品の新規輸出に必要な支援を行うこと。

(キ) 出展商品は必ず道産品輸出用シンボルマークの使用許諾をとり、原則、シンボルマークを貼附すること。

(3) 出展ブースのレイアウト

以下の項目を踏まえ、提案書にブースの装飾コンセプトやレイアウト等を示すこと。

(ア) 上記(2)の商品及び関連するPOP等が展示できることに加え、北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるスペースを設けること。

(イ) 北海道ブランドのイメージ及び道産品輸出用シンボルマークの認知拡大に資する装飾を行うこと。

(ウ) 商品を適切に展示・管理するための什器類(冷蔵・冷凍設備等)を具備すること。

(エ) 商談のために必要な机、椅子を具備したスペースを設けること。

(4) 商談、PR等の資料作成及び配布等

以下の項目を踏まえ、提案書に作成する資料のコンセプト等を記載すること。

(ア) バイヤーに頒布するために出展する商品の基礎情報をまとめた紙媒体の商品カタログを作成すること。なお、委託者が所有する既存のカタログデータに商品情報を追加して作成することとし、商談

会規模に応じた部数を冊子にて印刷し、会場にて配布すること。

- (イ) 委託者が指示する道産品のブランドイメージの向上に繋がるポスター及びリーフレット等の現地配送、印刷、掲示、及び配布等を会場にておこなうこと。
- (ウ) 道産品輸出用シンボルマークのリーフレットを作成し、配布すること。
- (エ) 新たに作成したPR資材等はデジタル化し、電子データでも頒布できるようにすること。

(5) 人員配置

以下の項目を踏まえ、提案書に想定される人員配置を記載すること。

- (ア) 展示商談会の全ての期間にわたって、管理・運営を行う責任者 2 名以上(日本人1名以上)を配置すること。
- (イ) 展示商談会の全ての期間にわたって、出展規模に応じ、来場したバイヤー等に対して、出展企業や商品の説明等を行うのに十分な人員を配置すること。
- (ウ) 通訳員が商品や企業の特徴を紹介できるよう、必要な情報を事前に伝達すること。
- (エ) 現地参加する企業がある場合は、PRや商談の通訳等の補助する人員を配置すること。

(6) 商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うこととし、提案書に想定される輸送経路及び日数を記載すること。

(7) 来場バイヤーへの対応

以下の項目を踏まえ、提案書に来場バイヤーへの対応について提案すること。

- (ア) 現地参加できない企業に代わり、バイヤーから商談を希望する商社・企業・商品を聞き取り、バイヤーと該当する商社・企業が連絡できるように、フォローアップすること。
- (イ) 上記(ア)の情報を含めブースに来場したバイヤー及び商談成果の情報を収集し、データベース化すること。

(8) バイヤーへのヒアリング

以下の項目を踏まえ、提案書に来場バイヤーへのヒアリングについて提案すること。

- (ア) 出展企業 15 社以上について、1社1商品以上の試食・試飲を伴う商品評価のヒアリングを行うこと。
なお、ヒアリングに使用する商品は出展企業とも協議の上で決定すること。
- (イ) 試食・試飲を通じた味に関する評価や価格、内容量、デザインに対する評価など、現地ニーズが把握できる評価項目を設定すること。
- (ウ) 北海道及び道産品全般に関し来場バイヤーからの評価も併せてヒアリングすること。
- (エ) 出展企業が自社商品のヒアリングにオンラインで参加できる等、道内企業が現地渡航できない場合でも参加する機会を確保すること。

(9) その他

出展企業に対しては、日本貿易振興機構(JETRO)が運営するオンラインカタログサイト「Japan Street」への登録の申請を促し、そのサポートを行うこと。

【③テスト販売の実施】

小売店舗等におけるテスト販売

(1) 実施店舗

以下の項目を踏まえ、提案書にテスト販売の実施を予定する都市及び小売店舗を記載のうえ、提案理由(経済的背景や期待される効果)など記載すること。

- (ア) 店舗所在地は中南地域又は西南地域の1都市以上とすること
※追加提案を行う場合は、2都市目以降の店舗については中南地域又は西南地域に限定しない。
- (イ) 上記(ア)の都市の小売店舗1店舗以上で道産品の販売を行うこと。

(ウ) 提案時点において道産品を主に販売していない店舗とすること。

(エ) 実施期間は1週間以上とすること。

(2) 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、提案書に出展企業の募集方法や候補となる企業・商品等を記載すること。

(ア) 出展企業は道内3(総合)振興局以上から合計15社以上、道産品80品目以上を募ること。

(イ) 農産品・農産加工品、水産品・水産加工品、加工食品(菓子等)、酒類・飲料の全ての分野が含まれるようにすること。

(ウ) 道産品輸出用シンボルマークの使用許諾を得ている企業及び5①の輸出講座参加者へは、必ず出展の案内を行うこと(道産品輸出用シンボルマークの使用許諾を得ている企業のリストは道より提供する)。

(エ) 多くの企業が参加の機会を得られるように、複数の商流から参加する企業を募り、単独の商社のみから出展商品を集めることのないようにすること。

(オ) 出展商品は必ず道産品輸出用シンボルマークの使用許諾をとり、原則、シンボルマークを貼附すること。

(3) 販売エリアのレイアウト

以下の項目を踏まえ、提案書に販売エリアの装飾コンセプトやレイアウト等を示すこと。

(ア) 上記(2)の商品及び関連するPOP等が展示できることに加え、北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるスペースを設けること。

(イ) 北海道ブランドのイメージ及び道産品輸出用シンボルマークの認知拡大に資する装飾を行うこと。

(ウ) 商品を適切に展示・管理するための什器類(冷蔵・冷凍設備等)を具備すること。

(4) 販売エリアのPR

以下の項目を踏まえ、提案書に作成・頒布する資料のコンセプト等を記載すること。

(ア) 企業や商品の特徴を視覚的に伝えるPOPやポスター等を作成し掲示すること。

(イ) 委託者が指示する道産品のブランドイメージの向上に繋がるポスター及びリーフレット等の印刷、掲示及び配布等を会場にておこなうこと。

(ウ) 道産品輸出用シンボルマークのリーフレットを作成、掲示、配布すること。

(エ) 新たに作成したPR資料はデジタル化し、電子データでも頒布できるようにすること。

(オ) 試食や調理実演等、消費者の購買意欲を高めるためのイベントを実施すること。

(5) 継続販売に向けた商談

(ア) 販売を実施する小売店舗と道産品の継続販売に向けた商談を実施すること。

(イ) 店舗との商談を商社が行うか、メーカーが行うかは、各企業の意向を踏まえて調整を行うこと。

(6) 商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うこととし、提案書に想定される輸送経路及び日数を記載すること。

(7) 人員配置

以下の項目を踏まえ、提案書に想定される人員配置を記載すること。

(ア) 販売エリアの管理・運営を行う責任者1名以上(日本語・中国語ともに堪能であること)配置すること。

(イ) 店舗の規模に応じた日本語と中国語の通訳が可能な通訳兼販売員を配置すること。

(ウ) 通訳兼販売員が商品や企業の特徴を紹介できるよう、必要な情報を通訳員に事前に伝達すること。

(エ) 現地参加する企業がいる場合は、商品のPR等の通訳の支援を行うこと。

(8) アンケート・ヒアリング調査

以下の項目を踏まえ、アンケートないしヒアリング調査の実施方法及び想定される質問を記載すること。

(ア) 来場した一般消費者250名以上に対してアンケートないしヒアリングを実施すること。

- (イ)小売店の営業形態を踏まえ、回答が得られるような工夫を行うこと(アンケート・ヒアリングに協力に応じ、試供品のプレゼント等)。
- (ウ)質問内容は北海道及び道産品のブランドイメージや期待する商品、希望の価格帯など、道産品の販路拡大に有益な考察が可能なものとし、委託者とアンケート項目について協議の上で決定すること。

飲食店等におけるテスト販売

(1)実施店舗

以下の項目を踏まえ、提案書に道産品を活用したメニュー提供を予定する飲食店について記載のうえ、提案理由(経済的背景や期待される効果)など記載すること。

- (ア)実施都市は上海市及び中南地域又は西南地域から1都市以上とすること

※追加提案を行う場合は、3都市目以降の店舗については上海市及び中南地域又は西南地域に限定しない。

- (イ)上記(ア)各都市の飲食店1店舗以上で、道産品を活用したメニューの提供を行うこと。

- (ウ)提案時点において道産品を活用したメニューを主に提供していない飲食店とすること。

- (エ)実施期間は2週間以上とすること。

(2)提供メニュー

以下の項目を踏まえ、提案書に提供予定のメニューを記載すること。

- (ア)米や水産品などの一次産品を含めた道産品を活用した食事メニュー5種類以上、日本酒を含む飲料メニュー5種類以上提供すること。

- (イ)提供するメニューは、食事と飲料のペアリングを意識したものとする。

(3)店舗でのPR

以下の項目を踏まえ、提案書に店舗でのPR手法について記載すること。

- (ア)道産品を活用したメニューが識別できるよう、メニュー表やチラシ等に道産品輸出用シンボルマークの掲示等の工夫をすること。

- (イ)店内に北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるポスター等を掲出すること。

(4)継続販売に向けた商談

- (ア)メニュー提供する飲食店と道産品の継続販売に向けた商談を実施すること。

- (イ)店舗との商談を商社が行うか、メーカーが行うかは、各企業の意向を踏まえて調整を行うこと。

(5)商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うこととし、提案書に想定される輸送経路及び日数を記載すること。

(6)アンケート・ヒアリング調査

- (ア)道産品を活用したメニューの注文者に対してアンケートないしヒアリングを実施すること。

- (イ)店舗責任者や調理人等から使用した道産品に関する評価をヒアリングすること。

- (ウ)飲食店の営業形態を踏まえ、回答が得られるような工夫を行うこと(アンケート・ヒアリングに協力に応じ、試供品のプレゼント等)。

- (エ)質問内容は北海道及び道産品のブランドイメージやメニューへの評価、希望の価格帯など、道産品の販路拡大に有益な考察が可能なものとする。委託者とアンケート項目について協議の上で決定すること。

【④報告書及び成果品】

(1)報告書

本事業の実施を通じて、以下の内容を基本に整理した報告書を提出するものとする。

(ア) 5①～③の実施状況の報告(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

なお、実施状況やアンケート・ヒアリング調査のデータ整理等の基本的な事項に加えて、必ず以下の項目を含めたものとする。

- ・輸出講座に参加した企業の反応と次年度以降に実施すべき内容
- ・展示商談会でのヒアリング等を通じたバイヤーの声や商品改良に関する助言の総括
- ・小売店及び飲食店でのアンケートないしヒアリングから得られた消費者の嗜好

(イ) 事業を通じて接触したバイヤーリスト及び商談結果(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

(2) 成果品

(ア) 道産品カタログ(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

(イ) 作成したPR資材一式(電子媒体(DVD-R1枚))

(ウ) 中国への道産品の販路拡大に向けた考察と提言(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

必ず以下の観点を含めること。

- ・北海道及び道産品のブランディング戦略
- ・展示商談会でのヒアリングを踏まえたバイヤーに求められている道産品の特徴
- ・小売店および飲食店でのテスト販売でのアンケートないしヒアリングを踏まえた消費者に求められている道産品の特徴
- ・道産品を展開する市場として事業を実施した都市の比較
- ・中国において重点的に取り組むべき品目及び地域

(エ) 上記(1)(ア)及び(2)(ウ)の内容を広く一般に公表するための概要版報告書

(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

- ・A4版 10 頁程度、図表等を用い、視覚的なわかりやすさを意識したものとする。

※成果品の著作権は、道に帰属するものとする。

※著作権、肖像権等に関して権利者の許諾が必要な場合は、受託者において必要な権利処理を行うものとする。

6 総合評価一般競争入札の資格要件

(1) 複数企業等(法人及び法人以外の団体を含む)による連合体(以下、「コンソーシアム」という。または単体企業等とする。

(2) コンソーシアムの構成員及び単体企業等は、次のいずれにも該当すること。

ア 道内に本社又は事業所等(本事業を実施するために設置する場合を含む。)を有する企業、特定非営利活動促進法(平成10年法律第7号)に基づく特定非営利活動法人(以下、「特定非営利活動法人」という。)、その他法人又は法人以外の団体であること。

イ 地方自治法施行令(昭和22年政令第16号)第167条の4第1項に規定する者でないこと。

ウ 地方自治法施行令第167条の4第2項の規定により、競争入札への参加を排除されている者でないこと。

エ 道が行う指名競争入札に関する指名を停止されていないこと。

オ 暴力団関係事業者等であることにより、道が行う競争入札等への参加を排除されていないこと。

カ 暴力団関係事業者等でないこと。

キ 次に掲げる税を滞納している者でないこと。

(ア)道税(個人道民税及び地方消費税を除く。以下同じ。)

(イ)本店が所在する都府県の事業税(道税の納税義務がある場合を除く。)

(ウ)消費税及び地方消費税

ク 次に掲げる届出の義務を履行していない者でないこと。

(ア)健康保険法(大正 11 年法律第 70 号)第 48 条の規定による届出

(イ)厚生年金保険法(昭和 29 年法律第 115 号)第 27 条の規定による届出

(ウ)雇用保険法(昭和 49 年法律第 116 号)第 7 条の規定による届出

ケ コンソーシアムの構成員が単体企業又は他のコンソーシアムの構成員として参加する者でないこと。

7 審査

(1)入札金額

(2)事業者の適格性

ア 中国でのイベントの開催や実施、商品の輸出入など貿易に関する十分な知識や実務経験を有していること。

イ 各業務項目の実施にあたり、適切な人材配置を行い、国内外における業務執行体制が確立できること。

ウ 事業実施のスケジュールが妥当と考えられること。

(3)企画提案の適合性

ア 道内から広く企業・商品を募ることができる内容となっていること。

イ 中国向け輸出講座の実施手段及び内容が適切に設定されていること。

ウ 展示商談会にてバイヤーに効果的に出展企業や商品をPRし、企業が商談できるような実施内容となっていること。

エ 小売店及び飲食店でのテスト販売にて消費者に効果的に出展した企業及び道産品をPRでき、かつ事業実施後の継続販売に向けた適切なフォローアップが実施される内容となっていること。

オ 北海道及び道産品全般、道産品輸出用シンボルマークなどを効果的にPRできる内容であること。

カ 道産品の販路拡大に向けた効果的な考察と提言が可能となるよう、十分なサンプル数のアンケートやヒアリングが得られるような工夫がされていること。

ク 事業効果を高めるために、企画提案者が独自に行う追加提案に対しては別途、加点する。

(4)北海道の施策との整合性

ア 「北海道働き方改革推進企業認定制度」における認定企業であること。

イ 「北海道働き方改革推進企業認定制度」の認定企業(ホワイト認定を除く)で「障がい者就労支援企業認証制度」における一定以上の認証ポイントを取得している企業であること。

ウ 原材料・エネルギーコストの適切な価格転嫁を促進するため、国が創設した「パートナーシップ構築宣言」を作成・公表している企業であること。

エ 自ら、温室効果ガスの排出削減に積極的に取り組んでおり、その取組のメリット等を理解し、「ゼロカーボンチャレンジャー」の宣誓・登録をしている企業であること。

8 応募手続き

(1) 担当窓口

〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目

北海道経済部経済企画局国際経済課経済交流第一係

担当 齊藤 遼 電話 011-204-5342

FAX 011-232-8870 E-mail saitou.ryou1@pref.hokkaido.lg.jp

(2) 参加表明書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和5年(2023年)6月2日(金)午後3時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式1のとおり

オ 提出部数 1部

(3) 企画提案書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和5年(2023年)6月2日(金)午後3時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式2のとおり

オ 提出部数 8部

※1部は提案者名を記載したもの。残り7部は提案者名を記載しないもの。文中にも提案者名を記載しないよう注意すること。

9 総合評価審査委員会(ヒアリング)の実施

(1) 参加者として選定した者から、総合評価審査委員会においてヒアリングを実施する。ヒアリングの日時及び場所は、別途通知する。

(2) 企画提案書提出者数が5者を超える場合には、委員による書類選考を行う場合がある。

(3) ヒアリングに参加しなかった提案者の提案は無効とする。

10 その他

(1) 企画提案に要する経費は、参加事業者の負担とする。

(2) 企画提案の採否については、文書で通知する。

(3) 企画提案書等を参加期日までに提出しない場合は企画提案に参加の意思がないものとみなす。なお、事前に不参加を決定した場合は、6月8日(木)午後5時までに上記8(1)の担当窓口へ連絡すること。

(4) 本業務の成果品に係る著作権は北海道に帰属する。

(5) 手続きにおいて使用する言語及び通貨

日本語及び日本通貨

(6) 契約書作成の要否

要

(7) 関連情報を収集するための窓口

8(1)に同じ